

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اقتصاد خرد ۲

ویراست جدید

ترتیب اسامی مؤلفین بر اساس فصول اول تا ششم نوشته شده است.

تألیف:

دکتر حسن دلیری

دانشگاه گلستان

مؤلف فصل دوم

بازار انحصار کامل

دکتر حمیدرضا فعالجو

دانشگاه ارومیه

مؤلف فصل چهارم

بازار انحصار دو یا چند جانبه

دکتر یزدان نقدی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

مؤلف فصل ششم

بازار عوامل تولید

دکتر مجید افشاری راد

دانشگاه خوارزمی

مؤلف فصل اول

بازار رقابت کامل

دکتر محمدشریف کریمی

دانشگاه رازی

مؤلف فصل سوم

بازار رقابت ناقص

دکتر علی مهرگان

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی

مؤلف فصل پنجم

بازار اسلامی

دکتر سهیلا کاغذیان

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

مؤلف فصل ششم

بازار عوامل تولید

سرشناسه	- افشاری راد، مجید، ۱۳۶۰.
عنوان و پدیدآور	اقتصاد خرد ۲ (/) مجید افشاری راد، حسن دلیری، محمد شریف کریمی، حمیدرضا فعالجو، علی مهرگان، یزدان نقدی، سهیلا کاغذیان.
مشخصات نشر	تهران، نور علم.
مشخصات ظاهری	۱۶۵ ص. نمودار، جدول.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۶۷۴-۹
موضوع	اقتصاد خرد ۲
موضوع	اقتصاد خرد - بازارها.
یادداشت	دلیری، حسن، مولف.
یادداشت	کریمی، محمد شریف، مولف.
یادداشت	فعالجو، حمیدرضا، مولف.
یادداشت	نقدی، یزدان، مولف.
یادداشت	کاغذیان، سهیلا، مولف.
یادداشت	مهرگان، علی، مولف.
رده بندی کنگره	HG۶۲۷
رده بندی دیویی	۳۳۳/۲

نشر نورعلم و قلم سینا: تهران - انقلاب - خ ۱۲ فروردین - پلاک ۲۸۶ - تلفن: ۶۶۴۰۵۸۸۰ و

۶۶۹۵۷۰۲۱ و ۶۶۹۵۷۱۲۰

وب سایت <https://www.modiranketab.ir> پیج اینستاگرام @modiranketab -

عنوان کتاب: اقتصاد خرد ۲

مؤلفین: دکتر مجید افشاری راد، دکتر حسن دلیری،
دکتر محمد شریف کریمی، دکتر حمیدرضا فعالجو،
دکتر علی مهرگان، دکتر یزدان نقدی، دکتر سهیلا کاغذیان.

ناشر: نور علم

شمارگان: ۲۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۶۷۴-۹

نوبت چاپ: دوم (ویراست جدید) ۱۴۰۳

چاپ و صحافی: سورنا

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ تومان

در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با
۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل ۱: بازار رقابت کامل	۵
۱-۱- مقدمه	۵
۱-۲- ویژگی‌های بازار رقابت کامل	۵
۱-۲-۱- تعداد زیاد عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان	۵
۱-۲-۲- همگنی محصول	۶
۱-۲-۳- شفافیت اطلاعات	۶
۱-۲-۴- آزاد بودن ورود و خروج به بازار	۶
۱-۳- شرط تعادل بازار رقابت کامل در کوتاه‌مدت	۷
۱-۴- روش هندسی حداکثر سود در کوتاه‌مدت	۱۲
۱-۵- حداکثر کردن سود اقتصادی در بلندمدت در بازار رقابتی	۱۴
۱-۵-۱- نقطه یا مرز تعطیلی بنگاه رقابت کامل	۱۵
۱-۵-۲- تعادل بلندمدت در بازار رقابت کامل	۱۷
۱-۵-۳- صنعت با هزینه‌های ثابت، صعودی و نزولی	۱۸
۱-۶- بررسی اثر برقراری مالیات بر تولید بنگاه در بازار رقابت کامل در کوتاه‌مدت	۱۹
۱-۷- نقطه تعادل جدید پس از برقراری مالیات‌ها	۲۱
۱-۸- تأثیر برقراری مالیات	۲۲
۱-۹- تأثیر مالیات بر رفاه مصرف‌کننده و تولیدکننده	۲۲
۱-۱۰- اثر مالیات بر واحد فروش	۲۲
۱-۱۱- مالیات منفی بر واحد یا سوبسید بر واحد فروش در بازار رقابتی	۲۵
۱-۱۲- انواع سوبسید	۲۵
۱-۱۲-۱- سوبسید مستقیم	۲۵
۱-۱۲-۲- سوبسید غیرمستقیم	۲۶
۱-۱۲-۳- سوبسید نقدی	۲۶
۱-۱۲-۴- سوبسید جنسی	۲۶
۱-۱۳- سوبسید بر واحد در یک بازار رقابتی	۲۶
۱-۱۴- سهم سوبسید متقاضی و عرضه‌کننده	۲۸

۲۸.....	۱۵-۱- تأثیر کشش منحنی‌های عرضه و تقاضا بر وقوع و سهم سوبسید
۳۰.....	۱۶-۱- مالیات و سوبسید در بازار رقابتی و اثرات تخصیص منابع
۳۲.....	۱۷-۱- مالیات و سوبسید بر قیمت فروش در بازار رقابتی
۳۲.....	۱-۱۷-۱- مالیات بر قیمت فروش
۳۴.....	۱۸-۱- تأثیر کشش منحنی‌های عرضه و تقاضا
۳۵.....	۱۹-۱- سوبسید بر قیمت فروش
۳۶.....	۲۰-۱- جمع‌بندی فصل
۳۷.....	تمرین‌های فصل

فصل ۲: بازار انحصار کامل.....۳۹

۳۹.....	۱-۲- مقدمه
۳۹.....	۲-۲- مفهوم انحصار کامل
۴۱.....	۱-۲-۲- دلایل ایجاد انحصار
۴۴.....	۳-۲- تقاضا در شرایط انحصار کامل
۴۶.....	۱-۳-۲- ارتباط بین کشش قیمتی تقاضا، درآمد نهایی و قدرت انحصاری انحصارگر
۴۸.....	۴-۲- تعادل کوتاه‌مدت در شرایط انحصار کامل
۶۰.....	۵-۲- منحنی عرضه کوتاه‌مدت در شرایط انحصار کامل
۶۰.....	۶-۲- قدرت انحصاری انحصارگر
۶۳.....	۷-۲- تعادل کوتاه‌مدت انحصارگر با چند کارخانه
۶۷.....	۸-۲- تعادل بلندمدت در شرایط انحصار کامل
۷۱.....	۹-۲- تبعیض قیمت در شرایط انحصار
۷۲.....	۱-۹-۲- تبعیض قیمت درجه سوم
۷۵.....	۲-۹-۲- تبعیض قیمت درجه دوم
۷۶.....	۳-۹-۲- تبعیض قیمت درجه اول
۷۸.....	۱۰-۲- مقایسه تعادل رقابت کامل و انحصار کامل
۸۱.....	۱۱-۲- تمرینات پایان فصل

فصل ۳: رقابت انحصاری (رقابت ناقص)..... ۸۳

- ۱-۳- مقدمه ۸۳
- ۲-۳- تعریف بازار رقابت انحصاری ۸۴
- ۳-۳- اصول بازار رقابت انحصاری از دیدگاه چمبرلین ۸۶
- ۱-۳-۳- فرضیات چمبرلین ۸۶
- ۲-۳-۳- مفهوم هزینه‌های فروش ۸۷
- ۳-۳-۳- تمایز محصول ۸۷
- ۴-۳-۳- مفهوم گروه تولیدی ۸۸
- ۴-۳- تقاضا در شرایط رقابت انحصاری ۸۹
- ۱-۴-۳- تابع تقاضای تصویری ۹۱
- ۵-۳- تعادل کوتاه‌مدت در بازار رقابت انحصاری ۹۴
- ۶-۳- تعادل بلندمدت در بازار رقابت انحصاری ۹۵
- ۷-۳- رقابت انحصاری و کارایی اقتصادی ۹۵
- ۸-۳- یک تحلیل جبری از مدل رقابت انحصاری ۹۷
- ۹-۳- تبلیغات در بازار رقابت انحصاری ۹۹
- ۱۰-۳- مثال کاربردی: رقابت انحصاری در بازارهای نوشابه و قهوه ۱۰۲
- ۱۱-۳- تمرینات فصل سوم ۱۰۳
- منابع ۱۰۵

فصل ۴: بازار انحصار دو یا چندجانبه ۱۰۷

- ۱-۴- مقدمه ۱۰۷
- ۲-۴- فرضیات بازار انحصار دو یا چندجانبه ۱۰۷
- ۳-۴- الگوهای بازار انحصار دو یا چندجانبه (فروش) ۱۰۸
- ۱-۳-۴- الگوی شبه رقابتی ۱۰۸
- ۲-۳-۴- الگوی شبه انحصاری ۱۰۹
- ۳-۳-۴- الگوی کورنو ۱۱۱
- ۴-۳-۴- الگوی اجورث ۱۱۳
- ۵-۳-۴- الگوی چمبرلین ۱۱۴

- ۱۱۶-۳-۴- الگوی اشتاکلبرگ یا رهبری مقدار.....
- ۱۱۸-۳-۴- الگوی رهبری قیمت.....
- ۱۱۹-۳-۴- الگوی سوئیزی انعطاف‌پذیری قیمت‌ها.....
- ۱۲۱-۳-۴- الگوی تعیین سهم بازار.....
- ۱۲۳-۴- سوالات چهارگزینه‌ای.....
- ۱۲۴-۵- سوالات و مسائل تشریحی.....
- ۱۲۶-۶- منابع.....

فصل ۵: بازار عوامل تولید..... ۱۲۷

- ۱-۵- مقدمه..... ۱۲۷
- ۲-۵- بازار عوامل تولید و بازار کالا و خدمات هر دو رقابت کامل..... ۱۲۹
- ۱-۲-۵- تقاضای عامل تولید با یک نهاده متغیر برای بنگاه در شرایط رقابت کامل..... ۱۲۹
- ۲-۲-۵- استخراج تقاضای بازار برای نهاده..... ۱۳۳
- ۳-۲-۵- تقاضای عامل تولید با بیش از یک نهاده متغیر برای بنگاه در شرایط رقابت کامل..... ۱۳۴
- ۴-۲-۵- کشش قیمتی تقاضای عامل تولید با یک نهاده متغیر..... ۱۳۵
- ۳-۵- بازار عوامل تولید رقابتی و بازار کالا و خدمات انحصار کامل..... ۱۳۶
- ۱-۳-۵- تقاضای عامل تولید با یک نهاده متغیر برای بنگاه در شرایطی که بازار عوامل تولید رقابتی و بازار کالا انحصاری است..... ۱۳۷
- ۴-۵- بازار عوامل تولید انحصاری و بازار کالا و خدمات رقابت کامل..... ۱۴۰
- ۵-۵- بازار عوامل تولید و بازار کالا و خدمات هر دو انحصاری..... ۱۴۴
- منابع..... ۱۴۷